

Információs Társadalom

Eduardo A. Vizer – Helenice Carvalho

Pandóra szelencéje: az IKT technológiák főbb
iránya és ellentmondásai

Fehér Katalin

Metamintázatok az új médiában

Zsom Brigitta

Az elektronikus közigazgatás vizsgálati lehetőségei
a többszintű elemzés módszerével

TANULMÁNYOK

Eduardo A. Vizer – Helenice Carvalho

Pandóra szelencéje: az IKT technológiák főbb iránya és ellentmondásai

A 20. század utolsó évtizedeiben az információs és kommunikációs technológiák bebizonyították, hogy képesek a felzárkózásra, így továbbra is terjeszthetik a különböző alkalmazásokat, valamint egyetemes és mobil hozzáférést biztosíthatnak az együttműködési alapon létrejövő tartalmakhoz saját hálózataikon keresztül. A 21. század első évtizedében a személyi mobiltelefon és a fejlődő infokommunikációs hálózatok és szerkezetek az egyént ismét cselekvő alanyként értelmezik, aki számos rendszerben és kommunikációs hálózatban képes az alkalmazkodásra. Ez inkább egy kommunikációs társadalom, és nem egy információs társadalom képét mutatja. Míg a modern korban a műveltséget előtérbe helyező kultúra alapeszménye a gondolkodó, kiművelt alany volt, napjaink kései modern időszakában (talán posztmodernitásban?) a kívánt modell az új, konkrét területhez nem kapcsolódó „globális falu” mozgó, vándorló alanya. Az egyének tértől, időtől és a megismerési folyamatoktól is függetlenednek, az ebből fakadó technikai feltételek pedig lehetővé teszik, hogy általánossá váljon az információhoz és a kommunikációhoz való hozzáférés. Ugyanakkor, mindezek fokozatosan újraalkotják a társadalmi, politikai és kulturális szerkezetek építőelemeit is. A technikai eszközök révén társadalmaink egyre inkább mediatiszálttá válnak, ami megjósolhatatlan, esetenként ellentmondásos jövőt tárhat elénk.

Kulcsszavak: mozgó alany; globális falu; irányok; mediatiszált társadalom; IKT

6

Fehér Katalin

Metamintázatok az új médiában

Az új média dinamikusan változó digitális eszközrendszert és online hálózati környezetet hozott létre a társadalomban, a kultúrában és a gazdaságban. A tanulmány azt tűzte ki célul, hogy megvizsgálja ezeket a dinamikus változásokat és meghatározza azokat a metamintázásokat, melyek mentén rendszerezhetők az új média jelenségei.

Kulcsszavak: divergencia, transzvergencia, médiakonvergencia, médiadeterminizmus, platform

24

Farkas Attila Márton – Kékesi Balázs – Técsi Éva Judit

Kognitív reklámanalízis. Reklámok kommunikációs hatásának elemzésére létrehozott, kognitív nyelvészet alapú módszertan bemutatása

Tanulmányunkban egy kognitív nyelvészet alapú, kommunikációs hatást elemző módszert mutatunk be. Először röviden összefoglaljuk a kognitív nyelvészet azon elméleteit,